

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ильшат Ринатович Мухаметзянов

Должность: директор

Дата подписания: 13.07.2023 15:15:48

Уникальный программный ключ:

aba80b84033c9ef198388e9ca0434f90a83a40954ba2f0e84bcbе64f02d1d8d0

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Казанский национальный исследовательский
технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ»**

Чистопольский филиал «Восток»

Кафедра экономики инновационного производства

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по выполнению

КУРСОВОЙ РАБОТЫ

по дисциплине (модулю)

Маркетинг

Методические указания (рекомендации) по выполнению курсовой работы/курсового проекта предназначены для обучающихся всех форм обучения по направлениям подготовки:

Код и наименование направления подготовки / специальности	Направленность (профиль, специализация, магистерская программа)	ФГОС ВО утвержден приказом Минобрнауки России
38.03.01 Экономика	Экономика малого и среднего предпринимательства	№ 954 от 12.08.2020

В методических указаниях приведены требования к выполнению курсовой работы, даны рекомендации по структуре, содержанию, оформлению, порядку выполнения и защите курсовой работы по дисциплине (модулю) Маркетинг.

Разработчик(и):

Петрулевич Елена Александровна, к.э.н., доцент кафедры ЭИП

Методические указания рассмотрены на заседании кафедры экономики инновационного производства, протокол № ____ от _____ 202_г.

Заведующий кафедрой _____ экономики инновационного производства _____
(наименование кафедры)

Свирина Анна Андреевна, д.э.н., профессор кафедры ЭИП.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Общие указания по выполнению курсовой работы	4
1.1	Цели и задачи курсовой работы	4
1.2	Организация работ по выполнению курсовой работы	4
1.3	Обязанности руководителя курсовой работы	5
1.4	Тематика курсовой работы	6
1.5	Структура и содержание курсовой работы	8
1.6	Основные требования к оформлению курсовой работы	9
2.	Порядок организации проверки курсовой работы	12
2.1	Порядок представления к защите и защита курсовой работы	12
2.2	Проверка курсовой работы на объем заимствованного материала	12

1. Общие указания по выполнению курсовой работы

1.1 Цели и задачи курсовой работы

Основная цель курсовой работы состоит в содействии формированию у обучающихся компетенций в соответствии с рабочей программой дисциплины «Маркетинг». Выполнение курсовой работы позволит выявить общую теоретическую подготовку и полученные знания по дисциплине, а также способствует развитию у обучающихся навыков по обработке маркетинговых данных, умений самостоятельно и последовательно обобщать и излагать полученные результаты по проведенным исследованиям в современных условиях.

В ходе выполнения курсовой работы формируются компетенции, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

Выполнение курсовой работы предусматривает следующие задачи:

- содействие более глубокому усвоению обучающимися дисциплины;
- углубление, расширение и систематизация теоретических и практических знаний обучающихся;
- развитие навыков использования экономико – математических и аналитических методов при выполнении курсовой работы;
- овладение методикой исследования при решении конкретных маркетинговых задач, разрабатываемых в курсовой работе;
- овладение умением делать самостоятельно обоснование, выводы и предложения.

1.2 Организация работ по выполнению курсовой работы

Процесс выполнения курсовой работы включает следующие этапы:

- Изучение методических рекомендаций и требований к написанию курсовой работы по дисциплине «Маркетинг».
- Выбор темы курсовой работы и согласование ее с научным руководителем.
- Подбор и изучение литературы по выбранной тематике.
- Составление плана, формулировка цели и задач курсовой работы.
- Систематизация и анализ первичных данных об объекте исследования.
- Написание текста и оформление курсовой работы.
- Защита курсовой работы.

Перед тем как приступить к подготовке курсовой работы, студенту необходимо тщательно изучить методические рекомендации, определяющие ход написания и защиты данной работы.

Выбор темы курсовой работы осуществляется исходя из предложенной тематики работ по дисциплине «Маркетинг», а также исходя из научных интересов студента и возможности использования данных о деятельности конкретной организации.

Написание текста курсовой работы начинается с изучения специальной литературы и электронных информационных источников. При этом следует в основном рассматривать издания за последние пять лет, представляющие современные принципы и инструменты организации маркетингового исследования.

Проанализировав лекции, учебные пособия, статьи в периодических и электронных журналах, студент переходит к составлению плана курсовой работы. Содержание работы должно включать следующие разделы:

- введение,
- теоретическую главу (глава 1),
- практическую главу, включающую рекомендации, улучшающие деятельность предприятия (глава 2),
- заключение,
- список литературы,
- приложения.

При составлении плана, формулировке цели и задач курсовой работы студенту обязательно нужно проконсультироваться с научным руководителем для получения рекомендаций по этим важным вопросам, являющимся основополагающим для написания успешной работы.

Выполнение практической главы связано с анализом деятельности конкретной организации. Для этого необходимо получить всю необходимую для раскрытия темы информацию о деятельности организации, систематизировать и проанализировать ее.

Написание курсовой работы осуществляется студентом в течение семестра. Четыре недели от начала семестра отводится на выбор и согласование с научным руководителем темы, цели и задач курсовой работы, а также написание первой главы. В последующие шесть недель студент работает над практической (второй) главой и оформлением всей курсовой работы.

Работа должна быть выполнена студентом качественно и представлена в электронном виде не позднее, чем за три недели до окончания семестра для получения отзыва. Это необходимо для того, чтобы при возникновении необходимости у студента было время доработать тему и подготовиться к защите курсовой работы.

1.3 Обязанности руководителя курсовой работы

Научный руководитель осуществляет проверку представленной курсовой работы в течение недели после ее сдачи. Работа студента обязательно проверяется на плагиат. К защите допускаются только те курсовые работы, в которых доля оригинального текста составляет не менее 50%. Если курсовая работа соответствует всем требованиям, представленным в данных методических указаниях, то курсовая работа допускается к защите. Курсовая работа возвращается студенту на доработку, если в ней обнаружены ошибки, неполный объем или несоответствующее качество

оформления работы. В письменном виде научный руководитель представляет студенту замечания по работе. В этом случае студент обязан в установленный срок выполнить все указания и представить вновь курсовую работу на проверку.

Работа не допускается к защите, если она заимствована у других авторов, не раскрыта тема курсовой работы, в тексте содержатся ошибочные выводы, не выполнены требования по оформлению работы, не использованы основные источники.

При соответствии курсовой работы требованиям настоящих методических указаний руководитель оформляет отзыв и допускает к защите курсовой работы. Студент получает отзыв научного руководителя на курсовую работу, в котором дается предварительная оценка. Окончательная оценка проставляется только после защиты.

Изучив отзыв научного руководителя, студент готовится к защите своей работы.

Основными критериями оценки выполнения курсовой работы являются: научный уровень курсовой работы, качество ее оформления, степень самостоятельности в раскрытии темы, стиль изложения, отзыв научного руководителя, качество ответов студента на вопросы по теме при защите.

На каждом этапе выполнения курсовой работы студенту рекомендуется консультироваться с научным руководителем. Обратившись за помощью к преподавателю, студент сможет полнее изучить тему, подобрать актуальную литературу, структурировано представить материал, корректно аргументировать выводы и рекомендации, грамотно сформулировать тезисы доклада на защите.

Если студент не представил научному руководителю курсовую работу в установленный срок или по неуважительной причине не явился на ее защиту, то он не допускается к итоговой аттестации по дисциплине «Обработка маркетинговых данных».

1.4 Тематика курсовой работы

Процесс написания курсовой работы начинается с выбора темы. Как правило, тема выбирается из представленного преподавателем перечня тем курсовых работ. Однако, студент может сформулировать свою тему курсовой работы. При должном ее обосновании и согласовании с научным руководителем тема утверждается. Основопологающим критерием выбора темы является ее актуальность с точки зрения постановки проблемы и ее решения.

Примерные темы курсовых работ по дисциплине «Маркетинг»:

1. Оценка и оптимизация маркетинга предприятия (торговли, промышленности и др.).
2. Использование маркетинга на предприятии: современные проблемы и пути решения.

3. Личные подсобные хозяйства населения и их влияние на формирование товарного предложения в регионе.
4. Маркетинговые решения на рынке потребительских товаров.
5. Методология использования Интернета при проведении маркетинговых исследований.
6. Принятие маркетинговых решений на рынке услуг.
7. Разработка маркетинговой стратегии предприятия (торговли, промышленности и др.).
8. Стратегия маркетингоориентированного развития предприятия.
9. Факторы формирования потребительских предпочтений и их влияние на спрос населения.
10. Разработка системы управления взаимоотношениями с клиентами.
11. Разработка программы лояльности потребителей.
12. Удовлетворенность потребителей: оценка и направления повышения.
13. Методология маркетинговых исследований рынка товаров (услуг).
14. Маркетинговые исследования рынка товаров (услуг).
15. Маркетинговые исследования при выводе нового продукта на рынок.
16. Маркетинговые инструменты повышения конкурентоспособности предприятия.
17. Маркетинговый поход обеспечения конкурентоспособности торгового предприятия.
18. Стратегии достижения конкурентных преимуществ предприятия.
19. Маркетинговый анализ деятельности фирмы.
20. Инструменты и технологии анализа, прогнозирования в маркетинге.
21. Методология анализа маркетинговой деятельности предприятия (торговли, промышленности и др.).
22. Методы и приемы маркетингового анализа территорий.
23. Сегментирование рынка товаров (услуг).
24. Позиционирование товара на рынке.
25. Прогнозирование развития рынка потребительских товаров.
26. Методы прогнозирования спроса населения и их использование на предприятиях (торговли, питания, промышленности и др.).
27. Методология прогнозирования продаж.
28. Обоснование прогнозных сценариев развития рынка товаров (услуг).
29. Товарная политика в маркетинге.
30. Продуктовый портфель компании.
31. Управление ассортиментом товаров как инструмент повышения прибыльности компании.
32. Особенности управления ассортиментом товаров на рынке B2B.
33. Методы управления ассортиментом товаров в магазине.

34. Маркетинговый аспект формирования промышленного ассортимента товаров.

35. Маркетинговый аспект формирования торгового ассортимента товаров.

36. Оптимизация и управление запасами товаров.

37. Маркетинг закупок компании.

38. Разработка и продвижение нового товара на рынке.

39. Формирование и оценка конкурентоспособности продовольственных товаров.

40. Формирование и оценка конкурентоспособности непродовольственных товаров.

1.5 Структура и содержание курсовой работы

В курсовой работе должны быть обязательно представлены следующие структурные элементы.

Первой страницей курсовой работы является титульный лист. Второй страницей должно быть содержание в хронологической последовательности всех названий разделов курсовой работы с указанием номеров страниц, на которых они размещены.

Введение включает обоснование актуальности исследования предлагаемой проблемы, формулирование целей, задач, объекта и предмета исследования.

В первой главе проводится краткий теоретический обзор выбранного метода обработки маркетинговых данных, анализ его сущности, особенностей организации его проведения, достоинств и недостатков. Возможно использование зарубежного опыта.

Вторая глава содержит анализ изучаемой проблемы. Она выполняется на конкретном практическом материале, должна содержать аналитические таблицы, графики, результаты с соответствующими выводами.

В первом параграфе данной главы необходимо дать краткую организационно-экономическую характеристику предприятия, для которого проводится исследование;

Во втором параграфе данной главы необходимо:

- составить инструментарий и привести первичные результаты обработки маркетинговых данных;
- обработать полученные результаты;
- провести анализ полученных результатов и проиллюстрировать их графиками и диаграммами.

Завершением 2 главы (последним параграфом) должны стать не только итоги выполненного задания, но и пути решения выявленных проблем. Мероприятия должны логически вытекать из результатов проведенных исследований. При этом необходимо обратить внимание, что анализируемые вопросы должны сопровождаться расчетами экономической эффективности вносимых предложений. Содержание и характер разрабатываемых

предложений определяется темой, целью и задачами работы, возможностью их осуществления в заданных рыночных условиях.

Выводы по предложенным мероприятиям в завершении работы должны включать в себя:

- возможности использования полученных результатов в деятельности предприятия (или в его отдельных направлениях, в т.ч с учетом требований нормативных документов);
- возможности влияния при помощи полученных результатов на поведение потребителей;
- возможные организационно-распорядительные документы, в которых могли быть отражены полученные результаты;
- возможные маркетинговые коммуникации, в которых предприятие могло бы использовать полученные результаты;
- возможные пути повышения эффективности маркетинговой деятельности и конкурентоспособности предприятия с учетом полученных результатов.

По всем параграфам должны быть сделаны выводы. В конце последнего параграфа пишется вывод по главе.

Заключение представляет собой итог выполненного исследования.

В целом данный раздел характеризует степень и качество выполнения поставленных перед студентом задач. Он должен охватывать всю полноту работы и включать в себя:

- результаты изучения объекта исследования в реальных условиях, его положительные стороны, недостатки, нереализованные возможности и т.д.;
- формулировку основных мероприятий по совершенствованию исследуемых вопросов;
- влияние этих мероприятий на деятельность предприятия.

Список литературы должен включать литературные источники, которые непосредственно использованы, и на них имеются ссылки в разделах работы.

Приложения содержат копии документов, рекламные материалы, схемы, рисунки, таблицы более одной страницы.

1.6 Основные требования к оформлению курсовой работы

Курсовая работа должна быть выполнена на листах бумаги формата А4 с интервалом в 1,5 строки, размер шрифта 14 Times New Roman. Объем курсовой работы должен составлять 20-35 страниц. Страницы работы следует пронумеровать. Таблицы, схемы, рисунки, графики должны иметь название и сквозную нумерацию по всей курсовой работе.

Текст на странице должен быть ограничен полями: левое - 30 мм, правое – 15 мм, верхнее - 20мм и нижнее - не менее 20 мм.

При оформлении заголовков курсовой работы следует учитывать следующие требования:

- заголовки глав или параграфов печатаются прописными буквами. Переносы слов в заголовках не допускаются.

- заголовки глав начинаются с нового листа. Параграф с нового листа начинать необязательно.

- заголовок выравнивается слева по отступу, точка в конце не ставится. Точка не ставится также после последней цифры в порядковой нумерации.

Главы работы должны иметь порядковую нумерацию и обозначаться арабскими цифрами без точки. Параграфы должны иметь порядковую нумерацию в пределах каждой главы. Номер параграфа включает номер главы и порядковый номер параграфа, разделенные точкой, например 1.1, 1.2, 1.3, и т.д. После последней цифры и нумерации и в конце названия главы или параграфа точка не ставится.

Например:

Глава 2 Анализ результатов маркетингового исследования спроса потребителей розничного торгового предприятия ООО «Марта»

2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика ООО «Марта»

Текст работы

Нумеруя страницы, рисунки, схемы, таблицы, графики, формулы, необходимо учитывать:

- номер проставляется на всех страницах, кроме титульного листа. Номер ставится в центре нижней части листа без точки. Титульный лист включается в общую нумерацию;

- страницы, на которых расположены рисунки, схемы, графики, входят в общую нумерацию страниц курсовой работы;

- главы и параграфы нумеруются арабскими цифрами. После последней цифры точка не ставится. Введение, заключение, список литературы и приложения не нумеруются;

- рисунки, схемы, графики имеют сквозную нумерацию, они обозначаются словом «Рисунок», после которого ставится арабскими цифрами номер, далее следует заголовок, поясняющий их содержание. Например, «Рисунок 2 – Организационная схема управления предприятием». Подрисуночная надпись располагается по центру строки;

- таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Название таблицы, при его наличии, должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название таблицы следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире. Например,

Таблица 1 – Сравнительный анализ конкурентов предприятия

При переносе части таблицы название помещают только над первой частью таблицы, нижнюю горизонтальную черту, ограничивающую таблицу, не проводят.

Таблицу следует располагать непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице.

На все таблицы должны быть ссылки в тексте работы. При ссылке следует писать слово «таблица» с указанием ее номера.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слово «Таблица» и номер ее указывают один раз слева над первой частью таблицы, над другими частями пишут слово «Продолжение» и указывают номер таблицы, например: «Продолжение таблицы 1». При переносе таблицы на другой лист (страницу) заголовок помещают только над ее первой частью.

- формулы нумеруются последовательно в пределах всей курсовой работы. Номер проставляется справа от формулы на одном с ней уровне в круглых скобках;

- все объемные таблицы, схемы, графики должны выноситься в приложения. Все приложения должны быть пронумерованы.

Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте документа, за исключением справочного приложения «Библиография», которое располагают последним.

На все рисунки, схемы, графики, таблицы, формулы, приложения, приведенные в работе, должна быть сделана ссылка в тексте работы. Все рисунки, схемы, графики, таблицы, формулы, приложения, приведенные в работе, должны быть прокомментированы в тексте работы. Каждый рисунок, схема, график, таблица должны иметь заголовок, отражающий наиболее полно в краткой форме их содержание и помещающийся на той же странице, где делается на них первая ссылка, или на следующей странице.

Цитируя или упоминая в курсовой работе монографии, статьи и производственные материалы, студентам следует делать библиографические ссылки. При этом в квадратных скобках проставляется порядковый номер источника информации и номер страницы. Например, записи [12, с.80] означают, что автор ссылается в своей работе на 12 источник информации в списке литературы и страницу 80.

При цитировании, если приводится текст оригинала, он берется в кавычки. Если же такой текст источника излагается своими словами, кавычки не ставятся, а делается лишь необходимая ссылка на источник и номер страницы.

Для перечисления работ, в которых рассматривались исследуемые вопросы, в скобках через запятую перечисляются номера литературных источников. Например, записи [10, 22, 26...40] означают, что исследуемый вопрос рассматривается в перечисленных литературных источниках.

Оформление каждого источника информации в списке литературы производится в соответствии с существующими требованиями. В начале списка литературы приводятся нормативные документы, если они использовались в работе, затем книги, учебники и монографии и периодическая литература и, наконец, названия сайтов.

2 Порядок организации проверки курсовой работы

2.1 Порядок представления к защите и защита курсовой работы

Защита курсовой работы есть завершающий и ответственный момент образовательного процесса. Обучающийся должен не только написать, оформить курсовую работу, но и успешно отстоять свои выводы, результаты и рекомендации, т.е. защитить свою работу.

Выпускник должен тщательно подготовиться к защите. Доклад, который выпускник делает существенно влияет на окончательную оценку работы. Доклад должен быть не более чем на 5-7 минут, содержательным и включать основные положения курсовой работы.

Обучающимся рекомендуется строить доклад по следующему плану: обращение к руководителю курсовой работы на предмет разрешения её представления; наименование курсовой работы, актуальность темы, анализ состояния объекта исследования, выявление имеющихся недостатков; результат решения поставленных задач; выводы по проделанной работе и рекомендации по исследуемой теме для объекта исследования; полученный эффект (экономический, социальный и др.).

До защиты курсовой работы выпускник должен ознакомиться с содержанием отзыва руководителя и подготовить ответы на замечания.

Защита курсовой работы проводится в следующем порядке:

1. Выступление студента по теме курсовой работы;
2. Ответы на вопросы руководителя курсовой работы;
3. Оглашение отзыва руководителя курсовой работы.

Для сообщения по теме студенту, согласно регламента, отводится не более 5-7 минут. В течение этого времени обучающийся должен: кратко обосновать актуальность выбора темы исследования; логично реферативным образом представить содержание работы; обосновать выводы и рекомендации; сделать заключение по тем, показать ее перспективы.

2.2 Проверка курсовой работы на объем заимствованного материала

С целью контроля соблюдения академических норм при подготовке курсовых работ и самостоятельности выполнения их студентами, курсовые работы подлежат размещению в электронной среде КНИТУ-КАИ и проверке на плагиат.

Вопросы размещения курсовых работ в электронной среде КНИТУ-КАИ и борьбы с плагиатом, в том числе с неправомерным заимствованием через Интернет из источников, находящихся в свободном доступе, регламентируются отдельным документом.